

Pesan Moral Dalam Tayangan Dakwah Di Media Sosial YouTube

(Analisis Isi pada Video Nussa Official)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh :

ILHAM FAJRIANSYAH

(201410040311052)

Dosen Pembimbing :

Nurudin, S.Sos. M.Si

Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2019

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ilham Fajriansyah
NIM : 20141004031052
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : **Pesan Moral Dalam Tayangan Dakwah Di Media Sosial
YouTube (Analisis Isi pada Video Nussa Official)**

Disetujui,

Pembimbing I



Nurudin, S.Sos, M.Si.

Pembimbing II



Drs. Budi Suprpto, M.Si, P.hD

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ILHAM FAJRIANSYAH
201410040311052

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Pada hari Senin, 06 Januari 2020
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

(*Himawan S.*)

2. Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si

(*Novin Farid Setyo Wibowo*)

3. Nurudin, M.Si

(*Nurudin*)

4. Drs. Budi Suprpto, M.Si., Ph.D

(*Budi Suprpto*)

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

**PESAN MORAL DALAM TAYANGAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL
YOUTUBE**
(ANALISIS ISI PADA VIDEO NUSSA OFFICIAL)

Diajukan Oleh :

ILHAM FAJRIANSYAH
201410040311052

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Senin / 06 Januari 2020*

Pembimbing I



Nurudin, M.Si

Pembimbing II



Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D



Wakil Dekan I

Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Fajriansyah
Tempat, tanggal lahir : Sidoarjo, 30 Oktober 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 201410040311052
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

**Pesan Moral Dalam Tayangan Dakwah Di Media Sosial YouTube (Analisis
isi pada Video Nussa Official)**

adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain,, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 15 Oktober 2019

Yang Menyatakan,

Ilham Fajriansyah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pesan Moral Dalam Tayangan Dakwah di Media Sosial YouTube”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang peneliti miliki dalam melakukan penelitian.

Untuk menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Rinikso Kartono, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Muhammad Himawan Sutanto, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Muhammad Nurudin, S.Sos, M.Si dan Bapak Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan senantiasa memberi dukungan serta arahan dengan penuh kesabaran selama proses bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Kedua Orang Tua terhormat Bapak Drs. Firdaus Arifaini dan Ibu Alfiani atas kasih sayang, kesabaran, dukungan, dan do'a yang tidak pernah putus sehingga selalu menjadi motivasi bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kakak tercinta, Abrar Firdiansyah yang selalu memberikan support bagi peneliti selama mengerjakan skripsi.
6. Cahyadio Apriy P. dan M. Abduh Pangkapi atas kesediannya membantu peneliti selama melakukan penelitian.
7. Teman-teman Bimbingan Pak Nurudin dan Pak Budi yang saling menyemangati dan memberikan motivasi.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi A 2014 dan Teman Kampus Lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman Makroo dan Home Pro yang membantu peneliti selama masa praktikum.
10. Teman-teman satu atap yang sudah menjadi keluarga peneliti saat ada di Malang.
11. Ayu Ratuati S. beserta keluarga terhormat.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga Tuhan membalas kebaikan kalian.

Malang, 28 Desember 2019

Ilham Fajriansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>New Media</i> Sebagai Informasi Baru.....	7
2.2 Youtube Sebagai <i>New Media</i> dalam informasi.....	8
2.3 Pengertian Video.....	10
2.3.1 Jenis – Jenis Video	10
2.3.2 Konsep Pesan dalam Video	11
2.4 Pengertian Komunikasi Dakwah.....	13
2.4.1 Fungsi Dakwah.....	14
2.4.2 Elemen-elemen Dakwah	15
2.5 Pesan Moral dan Etika.....	17
2.5.1 Faktor Penentu Moralitas.....	19
2.6 Analisis Isi	20

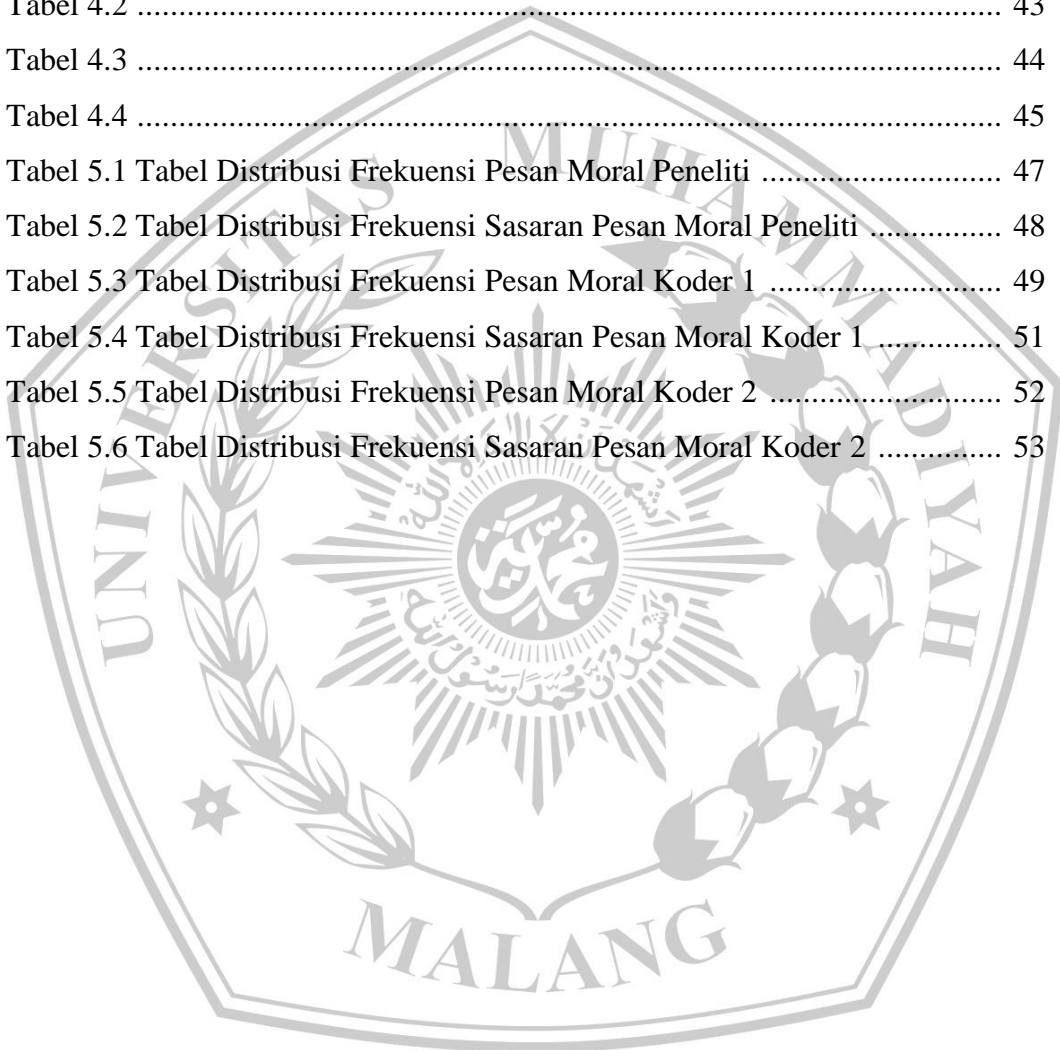
2.7 Definisi Konseptual.....	22
2.8 Struktur Kategorisasi.....	22
2.8.1 Pesan Moral Agama.....	23
2.8.2 Pesan Moral Sosial	23
2.8.3 Pesan Moral Psikologis.....	24
2.8.4 Sasaran Pesan Moral dalam tayangan video Nussa Official.....	24
BAB 3.....	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode dan Tipe Penelitian.....	28
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	29
3.3 Unit Analisis	29
3.4 Satuan Ukur	29
3.5 Sumber Data	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.8 Uji Keabsahan Data.....	33
3.8.1 Uji Reabilitas dan Uji Validitas	33
BAB 4.....	37
GAMBARAN OBYEK PENELITIAN.....	37
4.1 Profil dan Sinopsis Video Animasi Nussa Official.....	37
4.2 Tabel Ulasan Episode Video Animasi Nussa Official	41
BAB V	50
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Penyajian Data	50
5.2 Analisis Data.....	51
5.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas Frekuensi antar Peneliti, Koder 1 dan 2 51	
5.3 Pembahasan Kategori Pesan Moral Agama.....	59
5.4 Pembahasan Kategori Pesan Moral Sosial	64
5.5 Pembahasan Kategori Pesan Moral Psikologi	68
5.6 Pembahasan Kategori Sasaran Pesan Moral Orang Dewasa	74
5.7 Pembahasan Kategori Sasaran Pesan Moral Anak-Anak.....	75
BAB VI.....	76
PENUTUP	76

6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Lembar Koding Golongan Pesan Moral	30
Tabel 3.2 Lembar Koding Golongan Sasaran Pesan Moral	30
Tabel 3.3 Tabel Distribusi Frekuensi Kategori Pesan Moral	31
Tabel 3.4 Tabel Distribusi Frekuensi Sasaran Pesan Moral	31
Tabel 4.1	43
Tabel 4.2	43
Tabel 4.3	44
Tabel 4.4	45
Tabel 5.1 Tabel Distribusi Frekuensi Pesan Moral Peneliti	47
Tabel 5.2 Tabel Distribusi Frekuensi Sasaran Pesan Moral Peneliti	48
Tabel 5.3 Tabel Distribusi Frekuensi Pesan Moral Koder 1	49
Tabel 5.4 Tabel Distribusi Frekuensi Sasaran Pesan Moral Koder 1	51
Tabel 5.5 Tabel Distribusi Frekuensi Pesan Moral Koder 2	52
Tabel 5.6 Tabel Distribusi Frekuensi Sasaran Pesan Moral Koder 2	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	37
Gambar 5.1	56
Gambar 5.2	57
Gambar 5.3	58
Gambar 5.4	59
Gambar 5.5	60
Gambar 5.6	61
Gambar 5.7	62
Gambar 5.8	63
Gambar 5.9	65
Gambar 5.10	66
Gambar 5.11	67
Gambar 5.12	68
Gambar 5.13	70
Gambar 5.14	70
Gambar 5.15	71
Gambar 5.16	71

ABSTRAK

ABSTRAK

Ilham Fajriansyah 201410040311052, Pesan Moral Dalam Tayangan Dakwah Di Media Sosial YouTube (Analisis Isi Pada Video Nussa Official)

Pembimbing : (I) Nurudin, S.Sos. M.Si, (II) Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Bibliografi : 20 Buku, 2 Jurnal, 2 Internet

Kata Kunci : Pesan Moral, Komunikasi Dakwah, Analisis Isi

Penelitian ini membahas mengenai pesan yang terdapat pada sebuah video yang ada dalam media elektronik YouTube. Video yang berjudul Nussa Official ini diproduksi oleh The Little Giantz dengan mengangkat kehidupan adab sehari-hari sebagai seorang muslim. Selain mengandung unsur animasi, Nussa Official juga mengandung pesan yang peneliti kategorikan ke dalam tiga kategorisasi yaitu pesan agama, pesan sosial, pesan psikologi.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif dan menggunakan teknik penelitian analisis isi. Objek penelitian ini adalah video animasi yang berjudul Nussa Official ini diproduksi oleh The Little Giantz dengan mengangkat kehidupan adab sehari-hari sebagai seorang muslim. Dalam hal ini, peneliti mengamati dan menyeleksi dari 24 episode menjadi 4 episode. Dengan menunjuk dua orang untuk dijadikan koder agar memudahkan penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kategorisasi pesan moral agama yang lebih mendominasi dan lebih besar dengan kemunculan frekuensi 31 kali dengan jumlah presentase 42,5%. Hal ini menunjukkan bahwa video animasi Nussa Rarra membuktikan bahwa setiap manusia ketika melakukan sesuatu juga harus sesuai dengan adab yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, agar nantinya dapat memberikan efek yang positif bagi orang lain. Yang menjadi sasaran dari pesan video animasi Nussa Official adalah masyarakat umum dengan sub indikator orang anak-anak dan dewasa. Sasaran dari kandungan pesan pada video animasi tersebut cukup universal, sehingga tak hanya anak-anak saja yang dapat mengonsumsi tayangan tersebut, tetapi orang dewasa juga bisa mendapatkan nilai-nilai positif dalam tayangan video animasi tersebut.

Malang, 15 Oktober 2019

Peneliti,



Ilham Fajriansyah

Pembimbing I



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Pembimbing II



Drs. Budi Suprpto, M.Si., Ph.D

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Effendy, Heru. 2008. *Industri Perfilman Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Eriyanto, 2011. *Analisis isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fischer, A. B. 1986. *Teori-Teori Komunikasi: Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis*. Bandung: Remaja Karja Illahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Krippendorff, Kalus. 1991. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metedologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenanda Media Group
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanik.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pavlik, Jhon V., 1998. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective*. Boston: Allyn and Bacon.

Poespoprodjo, Wasito. 1988. *Filsafat Moral Kesusilaan Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya.

Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

Suseno, Franz M. 1987. *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius

Tasmara, Toto. 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Winarni. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: UMM Press.

Jurnal

Kornia, Novi. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6 No.2

Internet

Dampak Teknologi Informasi di Era Globalisasi. Diakses di

<http://larasaulia.web.ugm.ac.id/2015/02/22/dampak-teknologi-informasi-di-era-globalisasi/> pada 22 Juli 2019 pukul 14.38

Fenomena Youtube sebagai Media Massa di Zaman Modern. Diakses di

<https://sciencebooth.com/2013/06/26/fenomena-youtube-sebagai-media-massa-di-zaman-modern/> pada tanggal 22 Juli 2019 pukul 14.52

YouTube Channel Nussa Official Dikases di
<https://www.youtube.com/channel/UCV2jNjEtO0Hr3b1Es3xPJg> pada
Tanggal 22 Juli 2019 pukul 15.27



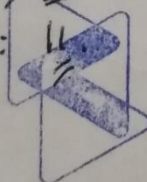
Program Studi Ilmu Komunikasi
TANDA TERIMA
PLAGIASI

Nama : Ilham Fugriansyah
NIM : 201910090311052

Hasil Plagiasi : Bab I.....50 3% Bab IV.....6 %
Bab II.....37 05 62% 63 Bab V.....8 %
Bab III.....75 % Bab VI.....2 %

Bab II : 23 15

Bab III : 11



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 78 33

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

Telah memenuhi persyaratan